

A CONTABILIZAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL EM DEBATE

Anabela Maria Bello da Silveira Baptista de Figueiredo Marcos

RESUMO

Na sociedade do conhecimento, o capital intelectual é considerado um impulso determinante do valor de uma empresa. Está ainda associado à existência de vantagens competitivas.

A incapacidade do modelo contabilístico vigente em contemplar a maior parte dos intangíveis origina a incapacidade da contabilidade em reflectir a imagem verdadeira e apropriada da posição financeira da empresa. As demonstrações financeiras tradicionais (custo histórico) experimentam uma perda significativa de relevância, apesar de continuarem a ser fiáveis. Por conseguinte, existe uma diferença crescente entre o valor contabilístico das empresas e o seu valor no mercado de capitais.

A revelação de informação sobre os intangíveis requer o desenvolvimento de uma base teórica para o estabelecimento de critérios de medição e reconhecimento.

Desta forma, o modelo contabilístico tradicional, por não estar a acompanhar as rápidas mudanças verificadas no mundo empresarial, reclama ser modificado, ou, pelo menos, ampliado, de molde a reflectir os activos intangíveis.

PALAVRAS CHAVE: Capital Intelectual, Intangíveis, Contabilização, Economia do Conhecimento.

ABSTRACT

In the knowledge economy, intellectual capital is considered to have a determining impulse on the value of a company. This is still associated to the existence of competitive advantage.

The incapacity of the present accounting model taking into consideration a large part of intangibles provokes the incapacity of accounting to reflect the true and fair view of the company's financial position. Despite still being regarded as reliable, the traditional financial statements (historic cost) have incurred a significant loss in relevance, there exists a growing gap between the book value and the market value of a company.

The supply of information about intangibles imposes the development of a theoretical base in order to establish criteria of measure and recognition.

In this manner, the traditional accounting model, which is not accompanying the verified rapid changes in the business world, needs to be modified, or at least, enlarged, in order to reflect the intangible assets.

KEY WORDS: Intellectual Capital, Intangibles, Knowledge Economy

1. INTRODUÇÃO

Ao longo das últimas décadas, de acordo com Cañibano *et al.* (1999, p.20), tem-se caminhado em direcção a uma economia baseada no conhecimento, intensiva em tecnologia e revelando uma constante mutação, na qual o

investimento em recursos humanos, tecnologia, investigação e desenvolvimento, e publicidade se converteram em elementos essenciais para o fortalecimento da posição competitiva da empresa. Tudo na mira de assegurar a sua futura viabilidade.

A fonte de valor e riqueza económica, como assinala Goldfinger (1997), é a criação e manipulação de activos intangíveis e não a produção de bens materiais. Neste contexto, as empresas têm uma crescente necessidade de investir em intangíveis, que, em boa medida, constituem a base do seu futuro êxito, mas que, na maior parte das vezes, não aparecem reflectidos no Balanço. Como consequência, a capacidade informativa das demonstrações financeiras sobre a situação financeira actual e futura das empresas está a diminuir de forma ostensiva (Lev e Zarowin, 1998). Uma clara manifestação da perda de relevância da informação contabilística reside na crescente diferença verificada, na maioria dos países, entre o valor de mercado e o valor contabilístico dos seus recursos próprios (Cañibano *et al.*, 1999, p.20). Seja como for, preserva-se a fiabilidade do modelo contabilístico tradicional.

Ressalta um evidente consenso, no âmbito dos estudos que versam esta matéria, acerca da necessidade de renovar o modelo actual de divulgação de informação, para que os utilizadores da informação financeira conheçam o valor dos intangíveis.

A questão fulcral radica no sistema que se deverá usar para a sua representação. Por via de regra, são propostas duas soluções. Uma primeira, que podemos classificar como mais radical, sustenta a modificação do sistema de informação financeira vigente, a qual tem implícita a alteração dos princípios contabilísticos e dos critérios de reconhecimento de activos com vista a reflectir os intangíveis no balanço. A segunda consiste em incluir informação não financeira e demonstrações ou apêndices complementares, com cariz voluntário de divulgação, nas contas anuais das empresas.

2. O CONCEITO DE CAPITAL INTELECTUAL

Não há uma definição universal de capital intelectual, como bem sublinham Seetharam *et al.* (2002, p.129). Invocam, para corroborar a sua afirmação, a opinião de oitenta expertos na matéria, presentes na 3ª Conferência Internacional de Gestão do Capital Intelectual, que decorreu em Hamilton, no Canadá, em 1999, que, sem discrepâncias, concordaram que ainda é cedo para falar de uma definição de capital intelectual. No entanto, para Pompa Antunes (2000, p.77), no momento presente, o conceito de capital intelectual encerra divergências em alguns aspectos, mas, na essência, apresenta o mesmo conteúdo.

Thomas Stewart (1998, p.9) foi um dos primeiros autores a definir o conceito de capital intelectual, definindo-o como a soma de todos conhecimentos que possuem os empregados de uma empresa e que dão a esta uma vantagem competitiva. Deste modo, o Capital Intelectual é o material intelectual – conhecimento, informação, propriedade intelectual, experiência – que podem criar riqueza. Pode ser entendido como uma força cerebral colectiva. Trata-se de um conceito difícil de identificar e ainda mais difícil de distribuir, de modo eficaz. Todavia, quem o encontra e explora, triunfa (Stewart, 1998, p.10).

De acordo com Edvinsson e Malone (1997, p.3), o capital intelectual traduz-se em “informação, conhecimento aplicado para criar valor”.

Já no entendimento de Eduardo Bueno Campos (1999), o capital intelectual pode ser definido como “uma medida do valor criado, é um fundo variável que permite explicar a eficácia da aprendizagem da organização e, portanto, permite avaliar a eficácia da gestão do conhecimento”. Ainda, nesta óptica, o capital intelectual – capital intangível não reconhecido contabilisticamente – constitui um poderoso instrumento de criação de vantagem competitiva sustentável face à concorrência (Bueno Campos in Mendes Cruz, 2003, p.90).

Para Johan Roos (1997, p.22), a principal fonte de vantagem competitiva são as pessoas, não a empresa que as possui e controla. É por este motivo que o conceito de capital intelectual revela mais sobre a capacidade de uma

empresa de gerar benefícios económicos no futuro do que uma qualquer medida de resultados que, tradicionalmente, se utiliza.

Annie Brooking [1996, pp.12-13 (in Pompa Antunes, 2000, p.78)] define capital intelectual como uma combinação de activos intangíveis, resultantes das mudanças nas áreas da tecnologia da informação, *media* e comunicação, que trazem benefícios intangíveis para as empresas e que capacitam o seu funcionamento. Para a autora, o capital intelectual pode dividir-se em quatro categorias: activos de mercado, activos humanos, activos de propriedade intelectual e activos de infraestrutura. Os activos de mercado traduzem-se no potencial que a empresa possui devido aos intangíveis que estão relacionados com o mercado, tais como as marcas, os clientes e a sua lealdade, os negócios recorrentes, os negócios em andamento (*backlog*), os canais de distribuição, as franquias, etc. Os activos humanos representam os benefícios que o indivíduo tende a proporcionar às organizações através da sua *expertise*, criatividade, conhecimento, habilidade para resolver problemas, visto de uma forma colectiva e dinâmica. Os activos de propriedade intelectual representam activos que necessitam de protecção legal para proporcionarem às organizações benefícios, tais como *know-how*, segredos industriais, *copyrights*, patentes, *designs*, etc. Os activos de infraestrutura englobam as tecnologias, as metodologias e os processos utilizados como cultura, sistemas de informação, métodos de gestão, aceitação de risco, base de dados de clientes, etc.

Edvinsson e Malone (1998, p.26) socorrem-se de uma linguagem metafórica para explicar o conceito de capital intelectual. Neste sentido, comparam a empresa a uma árvore, considerando a parte visível como o tronco, os galhos e as folhas, a que está descrita em organigramas, nas demonstrações financeiras e noutros documentos, e a parte que se encontra abaixo da superfície, no sistema de raízes, como capital intelectual, que são os factores dinâmicos ocultos que estão por baixo da empresa visível formada por edifícios e produtos. Estes autores (1998, p.27) cindem os factores ocultos em dois grupos: o capital humano e o capital estrutural. O capital humano é composto pelo conhecimento, *expertise*, poder de inovação e habilidade dos empregados. Inclui igualmente os valores, a cultura e a filosofia da empresa. O capital estrutural é formado pelos equipamentos de informática, *softwares*, bases de dados, patentes, marcas registadas, relacionamento com os clientes e tudo o que se enquadra na capacidade organizacional para servir de suporte à produtividade dos empregados. Os citados autores observam ainda que o relacionamento com os clientes, inserido no capital estrutural, pode ser desdobrado numa categoria separada como capital de clientes (in Pompa Antunes, 2000, pp.78-79).

Ponderando os conceitos explanados, Pompa Antunes (2000, p.79) apresenta o esquema seguinte:

De acordo com Annie Brooking: Empresa = Activos Tangíveis + Capital Intelectual, onde Capital Intelectual = Activos de Mercado + Activos Humanos + Activos de Propriedade Intelectual + Activos de Infraestrutura.

Segundo Edvinsson e Malone: Empresa = Parte Visível + Parte Oculta, sendo a

Parte Oculta = Capital Intelectual e o Capital Intelectual = Capital Humano + Capital Estrutural.

O capital intelectual também poderá ser, numa análise muito simplista, a diferença entre o valor de mercado e o valor contabilístico da empresa, que se encontra nas demonstrações financeiras. Quando o valor de mercado das empresas é três, quatro ou dez vezes superior ao valor contabilístico, então poderemos estar perante o capital intelectual: o talento dos empregados, a eficácia dos sistemas de gestão, e o carácter das relações com os clientes. Na óptica de diversos autores, entre os quais Geraldine *et al.* (2001, p.6), não é inteiramente verdade que a diferença total entre o valor de mercado e o valor contabilístico do capital próprio seja o capital intelectual, porque se impõe não desatender nesta diferença às políticas contabilísticas, às políticas de amortizações e provisões, à subjectividade da valorização dos elementos das demonstrações financeiras e a um qualquer valor aleatório. Aliás, não raro se afirma que o capital intelectual não é o único responsável por tal diferença.

Para Edvinsson e Malone (1999, pp.19-20), qualquer que seja a definição que se adopte de capital intelectual, torna-se evidente que o valor do capital intelectual nos negócios mundiais é imenso. Charles Handy calcula que pode chegar a três ou quatro vezes o valor dos activos materiais de uma empresa. De acordo com o Índice Mundial Morgan Stanley, o valor médio das empresas nas bolsas de valores mundiais é o dobro do seu valor

contabilístico. Nos Estados Unidos, o valor de mercado de uma empresa é normalmente de duas a nove vezes o seu valor contabilístico.

3. O PROBLEMA DA CONTABILIZAÇÃO DOS INTANGÍVEIS

Na sociedade do conhecimento, os métodos de mensuração utilizados devem retratar satisfatoriamente o valor da empresa, não podendo continuar a basear-se nos activos tangíveis que as empresas possuem, ignorando boa parte dos activos intangíveis, o que significa considerar apenas alguns de entre eles. Daqui resulta, como vimos, uma discrepância entre o valor de mercado e o valor contabilístico de uma empresa.

Segundo Gallizo (1999, p.10), a diferença existente entre o valor contabilístico e o valor de mercado das sociedades líderes do seu sector aumenta todos os anos, em resultado das capacidades competitivas provenientes dos valores imateriais. Por exemplo, entre as empresas mais valorizadas na Bolsa de Nova Iorque, a General Electric, a Microsoft ou a Coca-Cola mantêm em média um preço de mercado 13 vezes superior ao valor contabilístico. Para Cinca e Garcia (1999, p.18), apesar desta diferença sempre ter existido, nos últimos anos tornou-se muito maior: em média para os valores do índice Dow Jones Industrial, o rácio entre o valor de mercado e o valor contabilístico é de 5. Em alguns casos, trata-se de diferenças verdadeiramente espantosas. Por exemplo, Yahoo!, nos seus balanços, apresentava em 30 de Setembro de 1998 activos totais de 497 milhões de dólares enquanto em bolsa vale 18 850 milhões de dólares. Isto para uma empresa que tem um défice de 44 milhões de dólares. A explicação para este desfasamento encontra-se nos activos intangíveis que a empresa possui, já que é a mais visitada da Internet, o que não aparece nos seus balanços. Outros exemplos serão a Netscape e a Amazon, entre tantas outras empresas, com balanços que sistematicamente apresentam perdas, mas cujos activos intangíveis lhes dão um valor real impressionante. Pode-se concluir que a contabilidade cada vez menos explica os movimentos do mercado bolsista.

Edvinsson e Malone (1999, p.15-17) afirmam que o modelo tradicional de contabilidade, que tão bem descreveu as operações das empresas durante meio milénio, já não consegue acompanhar o ritmo da revolução nos negócios, pois as demonstrações financeiras das grandes empresas mostram-se cada vez mais estáticas e incapazes de acompanhar a moderna organização, com a sua estrutura fluida, parcerias estratégicas, empregados capacitados, trabalho em equipa, marketing em redes *multimedia* e depósitos vitais de recursos intelectuais humanos. Estes autores realçam que, embora sempre tenha havido vazios ocasionais e temporais entre a percepção do mercado e a realidade contabilística, esses vazios estão a transformar-se num abismo, o que sugere que nos encontramos perante uma falha sistémica na maneira de medir o valor, isto é, uma discrepância fundamental entre a história contada pela contabilidade e a verdadeira vivida diariamente pelas organizações.

Torna-se óbvio, por este facto, que o valor real das empresas, na sociedade do conhecimento, não se pode determinar somente através das medidas contabilísticas tradicionais.

Para Cañibano *et al.* (1999, p.25), de acordo com os princípios e normas contabilísticas em vigor na maioria dos países, os investimentos em intangíveis (apesar de contribuírem para gerar benefícios futuros) não aparecem reflectidos no balanço, aparecendo apenas como gasto do exercício. Consequentemente, as demonstrações financeiras não reflectem a imagem fiel do património (não físico) e dos resultados das empresas. No entanto, os intangíveis estão entre os principais determinantes do valor das empresas. Aliás, em muitos sectores, as empresas sentem a necessidade de investir em intangíveis, como forma de criar ou manter vantagens competitivas. Para Cinca e Garcia (1999, p.20), ignorar os intangíveis ou contabilizá-los como gastos origina que as empresas com maior inovação apresentem balanços mais pobres. Avulta, neste ponto, o incontornável paradoxo do problema dos intangíveis.

O actual modelo contabilístico não permite transparecer a fonte de valor que os intangíveis representam para a empresa, pelo que alguns autores não hesitam em apelar para uma ideia de “realidade invisível” o que transforma

as demonstrações financeiras numa “ilusão visível”. Enquanto que alguns estudos pretendiam comprovar que essa “realidade invisível” não é reconhecida, outros, reafirmando os resultados destes, evidenciavam a perda da utilidade financeira, analisando para o efeito o rácio Valor de Mercado/Valor Contabilístico nas empresas. Destes trabalhos se infere que uma percentagem significativa do valor das empresas não é evidenciada nos seus balanços (Fernanda Alberto, 2002, p.11).

4. PROPOSTAS PARA O DESENVOLVIMENTO DO MODELO CONTABILÍSTICO – SISTEMAS DE REPRESENTAÇÃO DOS ACTIVOS INTANGÍVEIS

A informação fornecida pela contabilidade parece estar a perder relevância no que respeita à tomada de decisões de investimento, crédito e gestão. Os intangíveis não são reconhecidos pela contabilidade de forma a preservar o critério da fiabilidade, que continua a dominar o modelo contabilístico actual, reduzindo-se assim a relevância da informação divulgada.

No entanto, a contabilidade, como qualquer sistema de informação, deve adaptar-se às necessidades dos seus utilizadores em cada período histórico, sector ou actividade empresarial. Na sociedade do conhecimento surgem novas necessidades de informação tanto para os gestores das empresas como para os analistas externos.

Dos diversos trabalhos realizados, sobressai uma clara uniformidade de pontos de vista quanto à necessidade de renovar o modelo actual de divulgação de informação. O problema reside no sistema de representação dos activos intangíveis (Fernanda Alberto, 2002, p.115). Aliás, Mortensen *et al.* (1997) referem que, apesar de haver um consenso generalizado de que o modelo contabilístico actual não é adequado, há uma grande controvérsia em relação ao modo como esse problema deve solucionar-se (Canibano *et al.*, 1999, p.67).

Duas soluções têm sido sugeridas na literatura (Canibano *et al.*, 2000, p.120). Uma primeira, que poderemos considerar como mais radical, preconiza a modificação do modelo contabilístico actual, que conduziria ao reconhecimento pleno de todos os intangíveis. Para tanto, os princípios contabilísticos e o critério de reconhecimento dos activos de forma a reflectir os intangíveis no balanço teriam que ser alterados. A segunda solução, como sistema alternativo ao reconhecimento pleno dos intangíveis, defende a inclusão de informação não financeira e de demonstrações ou apêndices complementares, com carácter voluntário, nas contas anuais das empresas.

4.1. MODIFICAÇÃO DO MODELO CONTABILÍSTICO ACTUAL

A primeira proposta de reconhecimento pleno dos intangíveis implica a modificação dos critérios subjacentes ao modelo contabilístico, o que poderá ter reflexos em todos os documentos integrantes do modelo de prestação de contas actual. No entanto, as alterações com repercussões no balanço ou na demonstração de resultados provocam reacções mais intensas e são avaliadas, com maior minúcia, relativamente às que se traduzem em informações adicionais a inscrever no anexo. Da mesma forma, alterar o relatório de gestão não tem o mesmo impacto do que alterar o balanço ou a demonstração de resultados. Sem qualquer margem de hesitação, as alterações contabilísticas mais drásticas são as que denotam implicações a nível destes dois documentos, que, aliás, ainda são tidos como os fundamentais das contas periódicas das empresas (Fernanda Alberto, 2002, p.116). Um autor, tradicionalmente apontado como o grande defensor da perspectiva radical, é Lev. Do seu ponto de vista, a contabilidade necessita de um novo conjunto de *standards* para o reconhecimento dos intangíveis, de forma a dar-lhes o mesmo tratamento dispensado aos activos tangíveis no actual modelo de contabilidade (Cañibano *et al.*, 2000, p.120). No fundo, trata-se de aplicar aos activos intangíveis os mesmos princípios contabilísticos e os mesmos critérios de reconhecimento dos activos tangíveis. Em termos contabilísticos, isso

traduzir-se-ia em os capitalizar primeiro como activos, para, posteriormente, os amortizar ao longo dos períodos considerados beneficiados com esse investimento (Fernanda Alberto, 2002, p.116).

Também, num trabalho realizado, em 1998, Lev e Zarowin defendem a posição de que os intangíveis deveriam receber o mesmo tratamento que os restantes activos materiais³ (Cañibano *et al.*, 1999, p.37). Lev e Zarowin consideram que o sistema contabilístico se deve modificar e que todos os investimentos em intangíveis se deveriam capitalizar, reflectir-se no balanço e amortizar-se ao longo da sua vida útil estimada. Estes dois autores sustentam que a contabilidade necessita de um novo conjunto de princípios e normas para o reconhecimento dos intangíveis, já que a estes se deve dar o mesmo tratamento que aos activos tangíveis. Todavia, referem que os princípios e normas tradicionais não devem ser esquecidos, uma vez que podem servir de base para fornecer informação financeira e não financeira sobre os intangíveis (Cañibano *et al.*, 1999, pp.67-68).

Cinca e Garcia (1999, p.20), ao proporem a valorização dos activos intangíveis da forma mais objectiva possível, sublinham que a proposta mais audaciosa é tratá-los contabilisticamente como activos físicos, isto é, como activos que se amortizam, pois ignorá-los ou contabilizá-los como gastos provoca distorções no que respeita aos benefícios e origina que as empresas com maior inovação apresentem balanços mais pobres.

Bem vistas as coisas, podemos afirmar que um dos aspectos mais importantes a discutir é como se deveria modificar o modelo contabilístico, para que a informação sobre os intangíveis seja relevante. Alguns autores apontam assim, explicitamente, no sentido da modificação do sistema contabilístico. Outros avançam soluções menos arrojadas e explícitas⁴, posto que não deixem de preconizar a mudança do sistema contabilístico.

4.2. DESENVOLVIMENTO DE SISTEMAS ALTERNATIVOS AO RECONHECIMENTO PLENO DOS INTANGÍVEIS

O desenvolvimento de sistemas alternativos ao reconhecimento pleno dos intangíveis pode passar, basicamente, pela apresentação de um conjunto de indicadores não financeiros no anexo e pela elaboração de uma demonstração ou apêndice complementar às contas anuais.

Como exemplos destas propostas alternativas, temos a proposta de Karl-Erik Sveiby (1997), que desenvolveu um modelo que denominou *Intangible Assets Monitor*; o modelo de Edvinsson da Skandia; o Projecto Meritum; e o que as tendências do International Accounting Standards Committee (IASC) revelam.

4.2.1. PROPOSTA DE KARL-ERIK SVEIBY

Sveiby (1997) desenvolveu um modelo que denominou *Intangible Assets Monitor*, que pretende ser um método de medida e apresentação dos activos intangíveis. Neste modelo, deverão ser evidenciados um conjunto de indicadores relevantes, cuja selecção depende da estratégia de cada empresa. Esses indicadores, sendo variáveis em função da empresa, deverão abranger as áreas de maior relevo na organização que são, na opinião do autor, a estrutura interna, a estrutura externa e a competência individual.

A estrutura interna engloba os elementos que são, geralmente, criados pelo pessoal e detidos pelas empresas. Compreende as patentes, *copyrights*, modelos, sistemas de administração ou cultura da organização.

A estrutura externa compreende as relações com os clientes e com os fornecedores. Inclui também as marcas e a reputação ou imagem da empresa.

³ Contudo, outros autores, entre os quais Hendriksen (1982), argumentam que há diferenças significativas entre os activos tangíveis e os intangíveis que tornam necessária a aplicação de diferentes critérios para o reconhecimento e a valorização destes últimos. Segundo Cañibano *et al.* (1999, p.38), embora se assista, actualmente, a uma tendência crescente na investigação contabilística a aceitar como válida a posição assumida por Lev e Zarowin (1998) no que se refere à contabilização e à revelação de informação sobre os intangíveis, a perspectiva dominante sobre o reconhecimento dos intangíveis e a sua inclusão nas demonstrações financeiras parece estar mais próxima, na maioria dos países, àquela que sustentam Hendriksen y van Breda (1992).

⁴ Neste sentido, ver Mortsen *et al.* (1997) e Egginton (1990) in Cañibano *et al.* (1999, p.68).

A competência individual está ligada ao leque de conhecimentos e habilidades dos recursos humanos da empresa para actuar nas diversas situações. Inclui o conhecimento tácito, os talentos, a experiência acumulada e a educação.

Em cada uma das áreas, deverão ser apresentados indicadores que meçam o crescimento ou renovação verificados, a eficiência e a estabilidade sentidas, como se pode visualizar no quadro seguinte.

QUADRO 1 - MEDIDAS PROPOSTAS POR SVEIBY

| <i>INTANGIBLE ASSETS MONITOR</i> | | |
|---|--|--|
| Indicadores da estrutura externa | Indicadores da estrutura interna | Indicadores de capacidade |
| <u>Indicadores de crescimento/renovação</u> - Rendibilidade por cliente - Crescimento orgânico (medida da aceitação pelo mercado do conceito de negócio desenvolvido pela empresa) - Melhoria da imagem junto dos clientes | <u>Indicadores de crescimento/renovação</u> - Investimento na estrutura interna (novas subsidiárias, novos métodos ou sistemas, etc.) - Investimento em tecnologias de informação - Clientes que contribuem para a melhoria da estrutura interna (projectos inovadores) | <u>Indicadores de crescimento/renovação</u> - N° médio de anos dos profissionais na respectiva profissão - Nível de formação académica - Custos de formação - Rotatividade das capacidades |
| <u>Indicadores de eficiência</u> - Índice de satisfação dos clientes - Vendas por cliente - Índice de lucros/prejuízos em trabalhos pré-contratados | <u>Indicadores de eficiência</u> - Proporção do pessoal de apoio (staff) (vendas por pessoal de apoio) - Índice de valores/atitude do pessoal em relação à empresa | <u>Indicadores de eficiência</u> - Proporção de profissionais - Efeito alavanca (leverage effect) - Valor Acrescentado e Resultado por empregado - Valor Acrescentado e Resultado por profissional |
| <u>Indicadores de estabilidade</u> - Proporção de grandes clientes - Tempo de permanência dos clientes - Frequência na repetição dos pedidos - Rácio de fidelidade dos clientes | <u>Indicadores de estabilidade</u> - Idade da organização - Taxa de rotatividade do pessoal do <i>staff</i> - <i>Rookie Ratio</i> (n° de empregados com menos de 2 anos na empresa) - Antiguidade do pessoal de <i>staff</i> | <u>Indicadores de estabilidade</u> - Taxa de rotatividade dos profissionais - Antiguidade dos profissionais - Salário médio |

Fonte: Sveiby (1997, pp. 1-2) , *The Intangible Assets Monitor*, in Fernanda Alberto (2002, p.125)

4.2.2. MODELO DE EDVINSSON (SKANDIA)

A *Skandia AFS* é o quarto maior grupo financeiro do mundo que actua na área da prestação de serviços financeiros e de seguros e o maior da Escandinávia. Opera em vinte e três países e está organizado em três áreas estratégicas: *Long-Term Saving*, *Asset Management* e *Property & Casualty Insurance*.

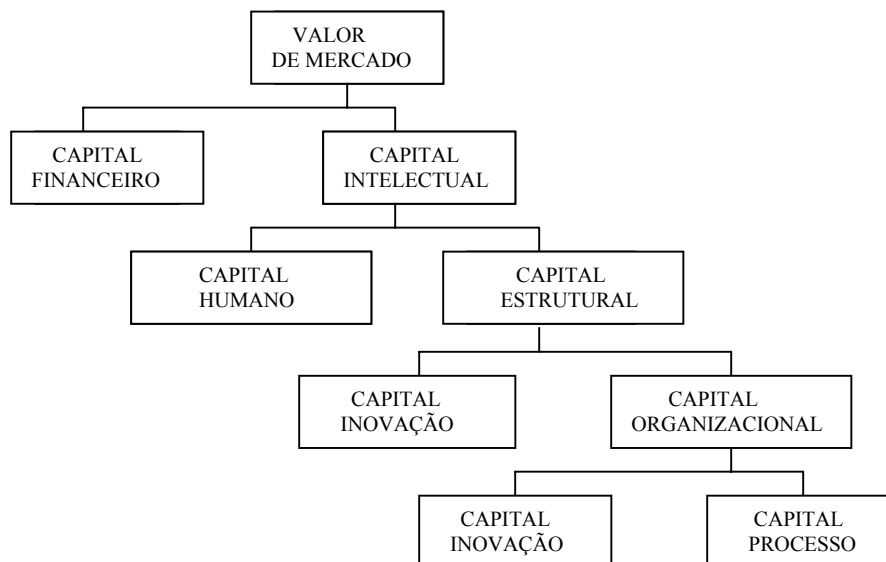
Nos últimos anos, o Grupo *Skandia* suscitou o interesse, tanto dos meios académicos e empresariais, como dos *media*, por ter sido o primeiro grupo a divulgar um relatório com dados sobre a avaliação do capital intelectual das suas empresas. Este relatório foi publicado e distribuído aos accionistas em 1995 na assembleia anual, como um suplemento às demonstrações financeiras referentes a 1994, tendo como título Visualização do Capital Intelectual. Esta informação foi a primeira que se tornou pública, embora desde 1994 que se preparava um documento interno para uso da *Skandia AFS*, destinado a mostrar as informações financeiras e não financeiras. (Edvinsson e Malone, 1999, pp.369-370).

A equipa de capital intelectual, com aprovação da direcção da *Skandia*, tinha-se proposto criar um modelo que atendesse tanto à valorização como à navegação.

Primeiro, considerou a valorização, que requeria um esquema que distinguísse as diversas componentes do capital intelectual. A equipa da Skandia construiu esse esquema de uma forma dedutiva, tendo começado com a valorização da empresa na bolsa de valores (Edvinsson e Malone, 1999, pp.78-79).

Como se pode ver na figura 1, os dois primeiros blocos representam a fórmula que os autores identificam como a do capital intelectual: $\text{capital intelectual} = \text{valor de mercado} - \text{valor contabilístico}$. Extraídos os dois tipos de capital que representam a composição básica do capital intelectual (capital humano e capital estrutural), prosseguiu-se com mais duas subdivisões, resultando em mais dois subgrupos integrantes do capital estrutural.

FIGURA 1: ESQUEMA DE VALOR DE MERCADO DA SKANDIA



Fonte: Edvinsson e Malone, 1999, p.73.

Muito distinta é a navegação. A Skandia constituiu a única empresa que construiu um instrumento, a que chamou, muito apropriadamente, o navegador da Skandia⁵ (*Skandia's Business Navigator*). A organização do navegador não é composta por tipos de capital, mas por cinco áreas de enfoque: enfoque financeiro, enfoque nos clientes, enfoque nos processos, enfoque na investigação e desenvolvimento, e enfoque humano. Por outras palavras, estas representam as áreas em que a empresa concentra a sua atenção, e dessa incidência resulta o valor do capital intelectual da empresa dentro do seu ambiente competitivo. A forma do Navegador é basicamente uma casa, que não é mais do que uma metáfora visual da Skandia. O triângulo que se situa acima dos rectângulos, que representa o telhado, consiste no enfoque financeiro. O enfoque financeiro representa o passado da empresa, através das demonstrações financeiras tradicionais. As paredes da casa correspondem ao presente e englobam o enfoque clientela e o enfoque processo, medindo o primeiro um tipo determinado de capital intelectual e o segundo faz parte de uma medida mais ampla de capital estrutural. Finalmente, o rectângulo inferior representa a base da casa, que está virada para o futuro. A base corresponde ao enfoque na investigação e desenvolvimento, que é a outra parte do capital estrutural. O último enfoque está no centro da casa, pois é o coração, a inteligência

⁵ Como a Skandia foi a primeira empresa a possuir este tipo de modelo, ele ficou conhecido como “O Navegador da Skandia” (Pompa Antunes, 2000, p.93).

e a alma da organização. Aliás, como única força activa na empresa, toca todas as demais regiões do capital intelectual. Trata-se do enfoque humano (Edvinsson e Malone, 1999, pp.90-92).

A ideia do Navegador surgiu de uma matriz de necessidades, incluindo o desejo de juntar cinco áreas de enfoque do capital intelectual, mostrando como elas interagem e, também, como se localizam no eixo do tempo da vida operacional da empresa. Por fim, dentro de cada uma dessas áreas de enfoque, foram estabelecidos indicadores que permitem medir o seu desempenho (Pompa Antunes, 2000, pp.98-99).

Para Edvinsson e Malone (1999, p.81), o Navegador e os indicadores que engloba são, sobretudo, uma ajuda no que toca à gestão da empresa. A Skandia partiu da ideia de que os activos intangíveis se podiam definir, medir e utilizar para melhorar a competitividade da empresa, pelo que foi pioneira num novo terreno desenvolvendo uma filosofia, um conjunto de métricas e inclusivamente um instrumento de organização.

Podemos visualizar o navegador da Skandia no seguinte esquema:

FIGURA 2: O NAVEGADOR DA SKANDIA



Fonte: Edvinsson e Malone, 1999, p.90.

Para Edvinsson e Malone (1999, p.80), o Navegador da Skandia serviu primeiro a quem o desenhou como instrumento de desenvolvimento e assumiu um novo papel como organizador e guia para os utilizadores, na sua primeira aparição pública em 1995, no Relatório Visualização do Capital Intelectual.

Na perspectiva de Kennedy (1998, p.127)⁶, o navegador inclui os três elementos do capital intelectual apresentados por Sveiby em 1997: Competência Individual ou Humana = Enfoque Humano; Estrutura Interna = Enfoque no processo; e Estrutura Externa = Enfoque nos clientes.

4.2.3. **PROJECTO MERITUM**

Cumpramos fazer uma menção especial ao Projecto Europeu MERITUM (*Measuring Intangibles To Understand and Improve Innovation Management*), iniciado em Outubro de 1998 e finalizado em Abril de 2001, por investigadores de seis países europeus (Espanha, Dinamarca, Finlândia, França, Noruega e Suécia). Tratou-se de um projecto de investigação sobre intangíveis, cujo resultado final residia na elaboração de Directrizes para gerir, medir e informar sobre os intangíveis.

⁶ Ver, no mesmo sentido, Sveiby (2000, p.298).

Os objectivos específicos do projecto, aliás todos conseguidos, foram os seguintes: elaborar uma definição e uma classificação dos intangíveis; analisar os sistemas de gestão de um conjunto de empresas europeias para conhecer as suas “melhores práticas” na medição dos intangíveis, no uso destas medições para a gestão interna e na sua difusão ao exterior; estudar o efeito dos intangíveis sobre o valor das acções nos mercados de capitais; e elaborar Directrizes, dirigidas às empresas, para a Gestão e Difusão de informação sobre intangíveis.

A escassez de informação sobre os intangíveis é insofismável, apesar da sua crescente importância como fonte de vantagens competitivas. As demonstrações financeiras das empresas reflectem cada vez menos o autêntico valor das empresas, porque os critérios empregados para medir e valorizar os intangíveis baseiam-se em premissas inválidas na economia do conhecimento (Cañibano *et al.*, 2000). Ressalve-se, porém, que algumas empresas progrediram substancialmente, tanto na identificação e medição dos seus intangíveis, como na difusão da informação sobre os mesmos. No entanto, este processo e os seus resultados têm sido de tal modo heterogêneos, que as diferentes medições não são comparáveis. Podemos concluir, assim, que se torna indispensável a existência de uma estrutura internacional comum para a referida medição e informação.

As Directrizes, dirigidas a um campo em que não existe um acordo prévio generalizado sobre os diferentes conceitos, devem partir de uma estrutura conceptual. Assim, o próprio documento das Directrizes presta especial atenção aos termos básicos, procedendo à sua definição e classificação. No fundo, uma base conceitual uniforme. Para começar, deve esclarecer-se que as denominações “intangíveis” e “capital intelectual” são utilizadas em referência ao mesmo conjunto de conceitos. Ambas se aplicam a fontes (não físicas) de benefícios económicos futuros, que podem aparecer ou não nas demonstrações financeiras das empresas. Apesar disso, ambos os conceitos costumam ser empregados de forma diferenciada: “intangíveis” é um termo contabilístico, enquanto que o “capital intelectual” é um termo que provém da literatura de recursos humanos⁷.

De acordo com o grupo de investigadores que trabalhou neste projecto, o capital intelectual é a combinação dos recursos humanos, organizativos e relacionais de uma organização, podendo ser estruturado em três categorias, designadas por capital humano, capital estrutural e capital relacional. O capital humano define-se como o conhecimento que o empregado leva quando abandona a empresa. Inclui os saberes, as capacidades, experiências e habilidades das pessoas. Uma parte deste conhecimento é exclusiva do indivíduo, outra parte pode ser genérica. O capital estrutural define-se como o conjunto de conhecimentos que permanece na empresa no final de um dia de trabalho. Compreende as rotinas organizativas, os procedimentos, sistemas, culturas, bases de dados, etc. O capital relacional define-se como todos os recursos ligados às relações externas da empresa com os seus clientes, fornecedores ou sócios de I & D. Faz referência às relações da empresa com terceiros (investidores, credores, clientes, fornecedores, etc.), para além das percepções que estes têm da empresa.

Uma empresa que esteja consciente da importância dos seus intangíveis integrará a gestão dos mesmos nos seus processos de controlo de gestão, com o fim de que o capital intelectual passe a ser considerado como uma parte chave do processo de negócio. O modelo seguido pelas empresas, quando desenvolvem os seus sistemas de gestão de intangíveis, pode ser dividido em três fases não lineares, relacionadas entre si: identificação, medição e acção.

A primeira fase corresponde à identificação dos intangíveis. As empresas tratam de identificar os intangíveis críticos para os seus objectivos estratégicos e para os seus processos de criação de valor. Estes intangíveis críticos⁸ são os factores principais, os impulsionadores chave que mais contribuem para o processo de criação de valor da empresa. Abarcam as competências básicas da empresa, assim como as capacidades actuais que a empresa possui ou que deve adquirir para alcançar os seus objectivos estratégicos.

⁷ Vickery (1999) in Cañibano e Sánchez (2001).

⁸ Exemplos de intangíveis críticos são a adaptação às mudanças no mercado, o compromisso com os recursos humanos, e capacidade de inovação ou foco no cliente.

Uma vez que se tenham identificado os intangíveis críticos e se tenham estabelecido as relações causais correspondentes, a empresa carece de definir indicadores específicos que sirvam para a medição de cada intangível. Trata-se da segunda fase: a de medição dos intangíveis.

Os indicadores devem satisfazer certas características, como ser úteis, relevantes, comparáveis, fiáveis, oportunos, entre outras. Por outro lado, o sistema de indicadores deve ser dinâmico, reflectindo as mudanças e os efeitos da aprendizagem gerados pela empresa. Isto significa que pode ser necessário definir novos indicadores à medida que se avança.

A última fase, relativa à gestão do capital intelectual, denomina-se acção. Esta fase pressupõe um reconhecimento dos processos de aprendizagem que se desenvolveram nas fases prévias, que afectam tanto as actividades como os recursos intangíveis. Nesta fase, avaliam-se os efeitos das actividades desenvolvidas sobre os recursos intangíveis da empresa e contemplam-se os efeitos dessas actividades nos utilizadores da informação sobre intangíveis, tanto internos como externos à empresa. Como consequência desta avaliação, identificar-se-ão as forças e fraquezas e surgirá a necessidade de actividades intangíveis adicionais.

O processo no seu conjunto é altamente dinâmico. Na prática, a avaliação dos resultados e o desenho de novas actividades podem sobrepor-se, parcialmente, às fases de identificação e medição.

O Relatório de Capital Intelectual constitui o documento onde a empresa difunde informação sobre o seu capital intelectual. Trata-se da conclusão lógica que deriva do processo de gestão do capital intelectual: comunicar, aos accionistas e a terceiros interessados, as capacidades e compromissos em relação ao que se considera como sendo um elemento fundamental do valor da empresa. O Relatório de Capital Intelectual deve conter a informação que a empresa deseja fazer pública sobre o trabalho levado a cabo para manter, desenvolver e gerir os seus recursos e as actividades intangíveis, ressaltando a conexão entre os componentes do capital intelectual (humano, estrutural e relacional), por ser esta conexão, quando gerida de forma adequada, a que produz valor.

A este Relatório ou Demonstração deve atribuir-se um carácter voluntário e complementar às demonstrações financeiras, elaboradas nos moldes normais, respeitando as normas contabilísticas vigentes. O Relatório compõe-se de três partes: a visão da empresa, o resumo dos recursos e actividades intangíveis e um sistema de indicadores. No que respeita à visão da empresa, importa descrever os objectivos estratégicos alcançados pela empresa e como a sua consecução pode trazer valor aos clientes, accionistas e outros interessados. Devem descrever-se, igualmente, os intangíveis críticos da empresa. No resumo dos recursos e actividades intangíveis, identificam-se os recursos intangíveis que a empresa possui e as actividades desenvolvidas e a desenvolver no futuro para aumentar o valor dos referidos recursos. O sistema de indicadores revela-se muito importante, porque os indicadores são a parte visível do que a empresa está a fazer com os seus intangíveis e são os que permitem que o leitor do Relatório do Capital Intelectual aprecie até que ponto a empresa está a cumprir os seus objectivos. No fundo, o sistema de indicadores serve para controlar o cumprimento dos objectivos estabelecidos.

Nestas primeiras directrizes não foi definido um conjunto de indicadores fixo e predeterminado, sugerindo-se que cada empresa elabore e adopte a sua lista própria de indicadores. Deverá criar-se uma lista “aberta”, de modo que possa reflectir as mudanças dentro da própria organização, incluindo novos indicadores quando necessários, ainda que os considerados chave deverão ser estáveis para permitir a sua comparabilidade temporal. Todavia, apresentam-se algumas recomendações a esse respeito. Devem referir-se às três categorias propostas de classificação de capital intelectual: humano, relacional e estrutural; devem distinguir entre recursos (os valores em intangíveis que a empresa dispõe num dado momento) e actividades (acções concretizadas para aumentar esses valores); e podem ser financeiros ou não financeiros, embora sempre que possível devam eleger-se os primeiros (Fernanda Alberto, pp.134-135).

Consideraremos, de seguida, um quadro ilustrativo de um leque de indicadores financeiros (IF) e não financeiros (INF).

CITIES IN COMPETITION

QUADRO 2 – EXEMPLOS DE INDICADORES

| INTANGÍVEL | INDICADOR | Tipo |
|---|--|------------------|
| Pessoal altamente Qualificado | % de empregados com estudos superiores, intermédios e básicos | INF |
| Actividades de formação | a) Número total de horas de formação recebidas pelos gerentes relativamente ao nº total de horas de formação b)Custo total de formação por empregado chave c) Satisfação média dos empregados relativamente ao desenvolvimento das suas competências | INF IF INF |
| Inquérito a empregados | a) Satisfação média dos empregados com as actividades de formação b) Custo do inquérito c) Satisfação média com aqueles que exercem a liderança | INF IF INF |
| Patentes | Número de patentes registadas no último ano | INF |
| Actividades de I+D | Gastos de I+D | IF |
| Importância relativa da I+D | I+D como % sobre as vendas | IF |
| Flexibilidade (relativamente ao Capital Estrutural) | a) % de projectos baseados na cooperação entre os vários departamentos b) Satisfação média dos empregados com a organização do trabalho | INF INF |
| Aumento dos processos codificados | % de processos críticos que tem um Manual de Procedimento | INF |
| Uso dos processos codificados | % de processos críticos nos quais efectivamente se segue o manual | INF |
| Flexibilidade (relativamente ao Capital Relacional) | Tempo de resposta média aos pedidos, desde a ordem do cliente até à entrega final | INF |
| Seleção e acção sobre os Clientes chave | a) % dos clientes inquiridos no inquérito de satisfação aos clientes b) Satisfação média entre os clientes chave | INF IF |
| Lealdade dos consumidores | a) % de clientes conservados a longo prazo (5 anos ou mais) sobre o total dos Consumidores b) % das vendas aos clientes fiéis | INF IF |
| Marketing Directo | Rácio dos custos de marketing directo sobre os custos totais | IF |
| Inquérito aos clientes | a) Satisfação média dos clientes com os produtos e serviços da empresa b) Custo do inquérito c) Satisfação média dos clientes com os representantes da empresa com quem tratou | INF IF INF |
| Flexibilidade (relativamente ao Capital Humano) | a) % dos empregados que faz horas extraordinárias b) Rácio dos custos do teletrabalho sobre os custos laborais totais | INF IF |
| Rotação dos postos de trabalho | % dos empregados que roda no posto de trabalho ao longo do ano | INF |

Fonte: Cañibano e Sánchez (2001, p.11).

A solução preconizada na proposta de Directrizes sobre Medição e Informação sobre Intangíveis, elaborada no âmbito do Projecto Europeu Meritum (2001), caminha no sentido de uma solução que parece estar a ganhar cada vez mais adeptos. Esta reside na criação de um documento informativo dedicado aos activos intangíveis,

complementar aos já existentes, e no qual se acentua a relevância e a utilidade da informação para o utilizador em detrimento da fiabilidade da valorização, e onde se podem conciliar indicadores financeiros e não financeiros.

Entre as várias propostas apresentadas até ao momento para representar esse “todo invisível” das organizações, esta tem logrado obter um acolhimento superior. Actualmente, o modelo proposto para a divulgação e gestão dos intangíveis encontra-se em fase de aplicação em várias empresas piloto de cada país participante, para que as mesmas identifiquem os seus intangíveis e definam os próprios indicadores em função do nível de informação que se disponham a difundir.

4.2.4. *International Accounting Standards Committee*

Cabe aqui fazer uma menção ao *International Accounting Standards Committee* (IASC), que se deparou com a inabdicável realidade da economia dos nossos dias, que são os intangíveis. Recorde-se que o IASC concluiu o seu último trabalho sobre intangíveis em 1998, com a emissão da NIC 38 (Cañibano Calvo, 2001, pp. 18-19). Como não se ignora, a NIC 38 do IASC define os activos intangíveis como “activos não monetários sem substância física que são empregados na produção de bens ou na prestação de serviços, para arrendá-los a terceiros, ou para propósitos administrativos: a) que são identificáveis, b) que estão controlados por uma empresa como resultado de acontecimentos passados, e c) dos quais a empresa espera obter benefícios económicos no futuro”.

Com o decorrer do tempo, tem vindo a aumentar a proporção dos gastos relativos aos intangíveis, os quais se encontram estreitamente relacionados com o processo de criação de valor da empresa. Este facto apoia a tese de que esses gastos devam ser reconhecidos como activos, dada a sua relação com benefícios futuros, em muitos casos avultados. Não obstante, também se assinalam razões para repudiar o reconhecimento como activos dos intangíveis, em particular dos intangíveis gerados internamente, dada a dificuldade de medir os custos atribuíveis aos mesmos ou o seu valor razoável de mercado.

Ninguém duvida que não é fácil abandonar o sistema de reconhecimento e medição, configurado pela Estrutura Conceptual do IASC e aplicado nas suas normas contabilísticas, mas também se torna inevitável a necessidade de proporcionar aos utentes da informação financeira uma informação melhor sobre os activos intangíveis. Desta forma, o IASC, fazendo eco de importantes propostas internacionais, como, por exemplo, a emanada das conclusões do Simpósio Internacional sobre Medição e Informação sobre o Capital Intelectual (OCDE 1999), e na linha de recentes investigações sobre medição e gestão de intangíveis, como as realizadas no âmbito do MERITUM e da *Brookings Institution*, contempla a via da informação suplementar, isto é, informação que será fornecida fora das demonstrações financeiras. Na sua declaração de Dezembro de 2000, o IASC considera a necessidade de introduzir um “relatório narrativo”, através do qual se proporcione informação suplementar que, em palavras do próprio IASC, “pode ser essencial”⁹. Com esta declaração, coloca-se, inclusive, a questão da revisão da sua Estrutura Conceptual, escrita em 1989. Juntamente com a novidade deste “relatório narrativo”, o IASC introduz outras, como são o “relatório sobre rendimento financeiro” e a utilização do “valor razoável de mercado” como novo critério de medição de activos e passivos.

⁹ Com a emissão da NIC 38, o IASC manteve uma postura conservadora e restritiva, em que a fiabilidade está nitidamente sobreposta à relevância. A emissão da IAS 38, em vez de resolver a problemática da contabilização e/ou divulgação dos activos intangíveis, suscitou ainda mais críticas. A polémica fez com que o IASC admitisse a necessidade de melhorar a divulgação de informação sobre os activos intangíveis, inclinando-se aparentemente para a criação de um complemento às contas anuais clássicas e não pela modificação do modelo contabilístico (Fernanda Alberto, 2002, p.174).

5. CONCLUSÕES

No segundo milénio, encontramos-nos num dos momentos mais críticos da história da contabilidade. Nas actuais sociedades, baseadas no conhecimento e intensivas em tecnologia, a visão da empresa alterou-se significativamente. Novos elementos intangíveis converteram-se em determinantes fundamentais do valor.

Nos dias que correm, a contabilidade não é capaz de fornecer uma visão correcta desses elementos e, por isso, as demonstrações financeiras tradicionais (custo histórico) experimentam uma perda significativa de relevância, apesar de continuarem a ser fiáveis. Por conseguinte, existe uma diferença importante entre o valor contabilístico das empresas e o seu valor no mercado de capitais.

No entanto, a contabilidade, como qualquer sistema de informação, deve adaptar-se às necessidades dos seus utilizadores em cada período histórico, sector ou actividade empresarial. Hoje em dia, existem necessidades de informação que não são satisfeitas pelas demonstrações financeiras tradicionais, tais como a os riscos a que está submetida uma empresa, os recursos humanos, os activos intelectuais, o impacto do meio ambiente, a percepção dos clientes sobre a qualidade dos produtos, entre muitos outros. São novas necessidades de informação, geradas na chamada “era do conhecimento”, que têm os gestores das empresas e os analistas externos. Torna-se, assim, preocupante que as demonstrações financeiras tradicionais não reflectam correctamente essa informação, uma vez que o sistema de informação contabilístico deve fornecer informação relevante tanto para os gestores como para os analistas externos.

A grande dificuldade para os gestores das empresas não reside tanto em gerir os activos intangíveis, mas na sua quantificação. No entanto, uma vez valorizados os intangíveis, a proposta mais audaciosa consiste em tratá-los contabilisticamente como activos físicos, isto é, como activos que se amortizam. Ignorá-los ou contabilizá-los como gastos provoca distorções nos benefícios e origina que as empresas com maior inovação apresentem balanços mais pobres. Trata-se de uma solução em que se teria de modificar o sistema contabilístico de uma forma radical de forma a verificar-se o reconhecimento pleno de todos os intangíveis. Em alternativa, têm sido propostos distintos sistemas de representação dos intangíveis, seja através da inclusão de indicadores não financeiros no anexo, seja pela criação de uma demonstração ou apêndice complementar às contas anuais.

O abandono dos actuais modelos contabilísticos não parece provável num futuro próximo, devido aos enormes custos que estariam associados a uma alteração radical dos actuais sistemas contabilísticos. Afigura-se, desta forma, mais razoável, para aumentar a utilidade das demonstrações financeiras, desenvolver normas complementares dentro da actual estrutura conceptual.

BIBLIOGRAFIA:

- ALBERTO, Fernanda (2002), *Activos Intangíveis Identificáveis: A Problemática da sua Contabilização*, Universidade Aberta. Tese de Mestrado (defendida em 2004).
- ANTUNES, Maria Theresa Pompa (2000), *Capital Intelectual*, São Paulo, Editora Atlas.
- BROOKING, Annie (1998), *Intellectual Capital: Core Asset for the Third Millennium Enterprise*, International Thomson Business Press.
- BUENO CAMPOS, E. (1999), “Gestión del Conocimiento y Capital, Aprendizaje y Capital Intelectual”, *Boletín Club Intelect*, nº1, Dic.98/Ené.99, pp.2-3.
- CAMUÑEZ RUIZ, José António, MORENO CAMPOS, Inés e SIERRA MOLINA, Guillermo (2003), “La valorización, por analistas financieros, de la utilidad de la información contable sobre el capital humano”, *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol. XXXII, nº117, Abril-Junio, pp.539-569.
- CAÑIBANO, Leandro, COVARSI, Manuel Garcia Ayuso e SÁNCHEZ, M. Paloma (1999), “La relevancia de los intangibles para la valoración y la gestión de empresas: revisión de literatura”, *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, nº100, pp.17-88.
- CAÑIBANO, Leandro, GARCÍA-AYUSO, Manuel e SÁNCHEZ, Paloma (2000), “Accounting for Intangibles: A Literature Review”, *Journal of Accounting Literature*, vol. 19, pp.102-130.
- CAÑIBANO, Leandro e SÁNCHEZ, Paloma (2001), “Gestión e Information sobre Intangibles: Directrizes y consecuencias políticas”, *XI Congreso AECA*, Madrid, 26-28 de Septiembre.

- CAÑIBANO CALVO, Leandro (2001), “El IASC abre una puerta al reconocimiento de los Intangibles”, *AECA 54*, Enero-Abril, pp.18-20.
- CINCA, Carlos Serrano e GARCÍA, Fernando Chaparro (1999), “Los activos intangibles de las empresas más allá de las normas contables”, *Finanzas & Contabilidad*, nº27, Fevereiro, pp.18-22.
- CRUZ, Manuel Mendes (2003), “O conhecimento e a sua gestão”, *Jornal de Contabilidade*, ano XXVII, nº312, Março, pp.86-90.
- EDVINSSON, Leif (1997), “Developing Intellectual Capital at Skandia”, *Long Range Planning*, vol.30, nº3, pp.366-373.
- EDVINSSON, Leif (2000), “Some perspectives on intangibles and intellectual capital 2000”, *Journal of Intellectual Capital*, vol.1, nº1, pp.12-16.
- EDVINSSON, Leif e MALONE, Michael S. (1999), *El Capital Intelectual: Cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa*, Gestión 2000.
- FINANCIAL AND MANAGEMENT ACCOUNTING COMMITTEE (FMAC) (1998): “The measurement and management of intellectual capital: an introduction”, *International Federation of Accountants (IFAC)*.
- GALLIZO, José Luis (1999), “Los intangibles en la contabilidad de la empresa”, *Finanzas & Contabilidad*, nº27, Fevereiro, pp.10-16.
- GERALDES, Mauricio, MARVÃO, Joaquim, e SANTOS, Joaquim (2001), “O Capital Intelectual – Contributo para a sua contabilização”, *Revisores e Empresas*, ano 4, nº12, Jan/Mar, pp.5-23.
- KENNEDY, Frances (1998), “Intellectual capital in valuing intangible assets”, *Team Performance Management*, vol. 4, nº4, pp.121-137.
- MAYO, Andrew (2000), “The role of employee development in the growth of intellectual capital”, *Personnel Review*, vol. 29, nº4, pp.521-533.
- MEER-KOOISTRA, Jeltje van der, e ZIJLSTRA, Siebren M. (2001), “Reporting on intellectual capital”, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 14, nº4, pp.456-476.
- MERITUM Project (2001), *Guidelines for Managing and Reporting on Intangibles (Intellectual Capital Statements)*. Paper presented to the International Seminar on Managing and Reporting on Intangibles, Madrid, March 23-24. www.uam.es/meritum
- PETTY, Richard e GUTHRIE, James (2000), “Intellectual capital literature review: Measurement, reporting and management”, *Journal of Intellectual Capital*, Vol.1, nº2, pp.155-176.
- RODRIGUES, Lúcia Portela de Lima e RIBEIRO, Verónica Lima (2003), “Será a Contabilidade de Gestão do capital intelectual possível em termos conceptuais e práticos?”, *Revista de Contabilidade e Comércio*, Vol. LIX, nº 234/235.
- ROOS, Johan (1997), “Capital intelectual: lo que se puede medir se puede gestionar”, *Deusto Business Review*, nº78, Maio-Junho, pp.22-25.
- RUIZ, José António Camúñez, CAMPOS, Inês Moreno, e MOLINA, Guillermo J. Sierra (2003), “La valoración, por analistas financieros, de la utilidad de la información contable sobre el capital humano”, *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol.XXXII, nº117, abril-junio, pp.539-569.
- SEETHARAMN, A., SOORIA, Hadi Helmi Bin Zaini, e SARAVANAN, A.S. (2002), “Intellectual capital accounting and reporting in the knowledge economy”, *Journal of Intellectual Capital*, vol.3, nº2, pp.128-148.
- STEWART, Thomas (1998), *La nueva riqueza de las organizaciones: el capital intelectual*, Granica.
- SVEIBY, Karl Erik (2000), *Capital Intelectual – La nueva riqueza de las empresas – como medir y gestionar los activos intangibles para crear valor*, Gestión 2000